

地域商業の諸問題について（その1）

定 村 礼 士

過去3年間にわたって、宮崎県を中心に、三、四県の商業活動の実態を検討した結果、政府の組織する産業構造審議会流通部会の指摘する、商業近代化構想自体にも若干の問題があるやに考えられてきた。そこで、ここでは、地域商業の問題を事例研究的に捉えながら、私なりに、地域商業の今後のあり方を探ってみたいと思う。

I 事例研究——延岡市の商業活動から——

延岡市ならびに周辺4町を含めた地域の商業活動現況を先ず概観してみよう。

昭和47年商業統計地方集計結果によれば、卸小売業および飲食店を含めたこの地域の商店数は、3,172店、従業者数（家族従業者、店主を含む）は13,416人、その年間販売額は約681億円である。（表1参照）

これを県全体から見ると、商店数で13.7%、販売高で13.6%を占めることになるが、卸売業の占める比率は比較的低い反面、小売業、飲食店の占めるウェイトがやや高い。

そこで、単位当たり売上高によって、この実状をさらに詳しくみると、卸売業では、1店当たり売上高、1人

当たり売上高ともに県平均を下回っているが、小売業並びに飲食店ではいずれも上回っている。（表2参照）

次に、この地域の商業を業種別にみると、延岡市の場合、卸売業と小売業の比率は、商店数では11対89であるが、販売額では47対53とほぼ相半ばしている。

小売業をさらに中分類別にみると、商店数では飲食料品店が最も多く、総体の44%を占め、ついで織物衣服身回品店（10.8%）、家具建具什器店（8.2%）などの順となっている。しかし、販売額からみると、飲食料品は同様に最多比ではあるが、16.5%にすぎず、商店数では1%にみえない各種商品小売業（百貨店、スーパーストアなど）が9.2%でこれに次いでいる。

この構成は、周辺4町でもほぼ変りがないが、周辺部の場合、卸売業の比率が小さく、他方飲食料品店の比率がより大きいなど、最寄性の強さを表わしている。（表3参照）

延岡地域の商業を、卸売商圏を含めて、すなわち高千穂町、日向市、入郷町地区をも含めて、マクロ的に捉えたのが表4である。これで見ると、県北商圏の年間販売額（飲食店を除く）は、約980億円で、県全体の約20%を占め、その約63%（616億円）を延岡市が、

表1 延岡地区の商業（総括表）

		延 岡 市	周 辺 4 町	小 計 B	宮崎県 A	B/A
総 数	商 店 数	2,608	564	3,172	23,145	13.7
	従 業 者 数	12,123	1,293	13,416	88,097	15.2
	販 売 額 億 円	644	37	681	4,963	13.6
卸 売 業	商 店 数	225	15	240	1,758	13.7
	従 業 者 数	2,526	61	2,587	16,367	15.8
	販 売 額 億 円	291	4	295	2,452	12.0
小 売 業	商 店 数	1,756	477	2,233	17,003	13.1
	従 業 者 数	7,184	1,058	8,242	56,693	14.4
	販 売 額 億 円	326	31	357	2,334	15.3
	売 場 面 積 m ²	146	19	165	1,101	15.0
飲 食 店	商 店 数	627	72	699	4,384	15.9
	従 業 者 数	2,413	174	2,587	15,037	17.2
	販 売 額 億 円	27	2	29	177	16.4

注 「宮崎県の商業」昭和47年商業統計地方集計（統計課）より

表2 単位当り売上額

単位：万円

	卸 売 業		小 売 業			飲 食 店	
	1 店 当 り	1 人 当 り	1 店 当 り	1 人 当 り	1 ㎡ 当 り	1 店 当 り	1 人 当 り
延 岡 市	12,900	1,145	1,850	454	22	432	112
北 方 町	—	—	455	247	11	67	42
北 川 町	685	294	494	281	18	247	98
北 浦 町	1,930	725	488	221	16	87	46
門 川 町	3,150	505	832	327	18	272	100
周 辺 小 計	2,400	590	640	288	16	215	89
延 岡+周 辺	12,250	1,140	1,590	432	22	410	110
宮 崎 県	13,950	1,500	1,375	414	21	403	110
宮 崎 市	24,300	1,880	2,380	465	29	485	128
都 城 市	11,100	1,260	1,360	395	19	364	106

表3 商業の業種別構成

	延 岡 市				周 辺 4 町			
	商 店 数		年 間 販 売 額		商 店 数		年 間 販 売 額	
	実 数	構成比	実 数 (百万円)	構成比	実 数	構成比	実 数 (百万円)	構成比
総 数	1,981	100	61,622	100	492	100	3,422	100
一 般 卸 売 業	225	11.4	29,057	47.1	15	3.0	360	10.5
小 売 業	1,756	88.6	32,565	52.9	477	97.0	3,062	89.5
各 種 商 品	12	0.6	5,656	9.2	3	0.6	76	2.2
織物衣服身の回り品	215	10.8	3,063	5.0	31	6.3	146	4.2
飲 食 料 品	877	44.3	10,168	16.5	299	60.9	1,459	42.6
自 動 車 自 転 車	94	4.7	4,414	7.2	16	3.2	206	6.0
家 具 建 具 什 器	162	8.2	3,563	5.8	38	7.7	354	10.4
そ の 他	396	20.0	5,702	9.2	90	18.3	821	24.0
(別掲)								
飲 食 店	627		2,707		72		155	

注 「宮崎県の商業」(S.47) より

24%を日向市が、5%を高千穂町が占め、残りの8%を周辺町村が供給していることが判る。

一方、商業活動を消費購買力の面から眺めてみると、表5で示されるごとく、県北全体で400～500億円の購買力であることが判る。

一般に、消費購買力を捉える方法としては、家計や所得の資料から推計する方法と、販売する側すなわち商店の販売額から逆算する方法とがある。しかし、ここで問題となるのは、いずれも属地的な資料であるため、商業圏の複合関係が解明しがたく、生きた商業活動の実態とは、必ずしも合致しない点である。

そこで、ここでは一つの試みとして、家計、所得、商業の3方向からの資料を基礎に、県全体、県北、各市町村それぞれの購買額、販売額を算出し、これらを総合して、消費購買実態すなわち商業活動の実態をみてみることにした。

表5①は、世帯当り小売市場への消費支出が、市町

村によって特に差はないと仮定したものである。

②は最少限の支出額を推計し、これを基礎として、残りの部分については、所得によって差があると見たものである。

③は商業統計の小売販売額と飲食店販売額の合計額から逆算したものである。

このままでは比較が困難なので、これを指数化したのが表6である。すなわち、表6ではそれぞれの市町村地区の販売額が、その地区の購買力の何パーセントを吸収しているかを示している。これで見ると、延岡市、日向市の両市が、他の町村の購買力を吸収していることが判り、これは当然予測されたところである。高千穂町もまた周辺部から比較的安定して吸収していることが判る。商圏が安定していると見てよい。これに対して、周辺町村では購買力流出が見られ、北方、北川、東郷、北郷などでは流出が著しい。辺地では、購買力流出はそれほど大きくない。

表4 延岡地区の商業(市町村別)

	総 数 (卸 小 売)		卸		売		業		小		売		業		飲		食		店
	商 店 数	従業者数	年間販売額 (百万円)	商 店 数	従業者数	年間販売額 (百万円)	商 店 数	従業者数	年間販売額 (百万円)	商 店 数	従業者数	年間販売額 (百万円)	商 店 数	従業者数	年間販売額 (百万円)	商 店 数	従業者数	年間販売額 (百万円)	
延岡市 ㊴	1,981	9,710	61,622	225	2,526	29,057	1,756	7,184	32,565	145,691	627	2,413	2,707						
	87	160	395	—	—	—	87	160	395	3,650	10	16	7						
	88	156	439	3	7	20	85	149	419	2,268	17	43	42						
	88	196	473	3	8	58	85	188	415	2,549	9	17	8						
	229	607	2,115	9	46	282	220	561	1,833	10,103	36	98	98						
(周辺小計) ㊵	492	1,119	3,422	15	61	360	477	1,058	3,062	18,570	72	174	155						
	334	1,037	4,703	15	78	540	319	959	4,163	16,982	53	169	191						
	164	359	1,472	12	20	146	152	339	1,326	4,922	18	53	46						
	94	257	870	4	22	94	90	235	776	3,619	11	25	14						
	592	1,653	7,045	31	120	780	561	1,533	6,265	25,523	82	247	251						
(西旧杵小計) ㊶	931	3,849	23,480	109	844	10,502	822	3,005	12,978	71,219	344	1,152	1,555						
	85	141	360	1	x	x	84	x	x	2,715	3	5	3						
	92	172	376	1	x	x	91	x	x	2,771	9	12	7						
	55	118	272	—	—	—	55	118	272	3,056	8	19	12						
	45	103	345	1	x	x	44	x	x	1,571	6	12	7						
諸塚村	77	161	561	4	9	31	73	152	530	2,921	12	20	12						
	100	195	512	—	—	—	100	195	512	4,873	10	19	17						
	1,385	4,739	25,906	116	867	10,661	1,269	3,872	15,245	89,126	392	1,239	1,613						
	2,473	10,829	65,044	240	2,587	29,417	2,233	8,242	35,627	164,261	699	2,587	2,862						
	3,065	12,482	72,089	271	2,707	30,197	2,794	9,775	41,892	189,784	781	2,834	3,113						
椎葉村	4,450	17,221	97,995	387	3,574	40,858	4,063	13,647	57,137	278,910	1,173	4,073	4,726						
(日向入郷小計) ㊷	1,385	4,739	25,906	116	867	10,661	1,269	3,872	15,245	89,126	392	1,239	1,613						
	2,473	10,829	65,044	240	2,587	29,417	2,233	8,242	35,627	164,261	699	2,587	2,862						
	3,065	12,482	72,089	271	2,707	30,197	2,794	9,775	41,892	189,784	781	2,834	3,113						
	4,450	17,221	97,995	387	3,574	40,858	4,063	13,647	57,137	278,910	1,173	4,073	4,726						
A + B																			
A + B + C																			
A + B + C + D																			
参 考																			
宮 崎 県	18,761	73,060	478,683	1,758	16,367	245,240	17,003	56,693	233,443	1,101,063	4,384	15,037	17,657						

注 「宮崎県の商業」(昭和47年商業統計地方集計結果) — 県統計課 — による

表5 消費購買力(試算)

	世帯数	①世帯当り60千円／月としたときの購買力 (百万円)	②市町村民個人所得から		③商業統計からみた商店の	
			推計した購買力 (百万円)	世帯当り (千円)	小売販売額 (百万円)	世帯当り (千円)
宮崎県	286,216	206,076	140,818	492	168,418 (100)	588
県北	73,289	52,769	38,891	531	45,421 (100)	620
延岡市	34,351	24,733	19,546	569	25,292	736
北方町	1,743	1,255	751	431	264	152
北川町	1,772	1,276	952	537	297	168
北浦町	1,460	1,051	676	463	430	295
(小計)	(39,326)	(28,315)	(21,925)		(26,283) (100)	
門川町	3,954	2,847	1,926	487	1,541 (100)	390
日向市	12,826	9,235	6,862	535	10,176	793
東郷町	1,772	1,276	836	470	277	156
南郷村	1,185	853	545	460	286	241
西郷村	1,159	834	546	471	274	236
北郷村	905	652	418	462	187	207
諸塚村	1,079	777	560	519	416	386
椎葉村	1,803	1,298	905	502	416	231
(小計)	(20,729)	(14,925)	(10,672)		(12,032)	
高千穂町	5,208	3,750	2,469	474	3,744	719
日之影町	2,432	1,751	1,131	465	1,025	442
五ヶ瀬町	1,640	1,181	768	468	746	455
(小計)	(9,280)	(6,682)	(4,368)		(5,565)	

注 ①は、60千円×12ヶ月×世帯数

②は、 $f = 0.2y + 201$ (y は世帯当り所得)

③は、商業統計小売販売額+飲食店販売額 (ただし昭和45年)

表6 購買力と販売額

	販売額／ 購買力①	販売額／ 購買力②		販売額／ 購買力①	販売額／ 購買力②
宮崎県	81.7	119.6	南郷村	33.5	52.5
県北	86.1	116.8	規郷村	32.6	50.2
延岡市	102.3	129.4	北郷村	28.7	44.7
北方町	21.0	35.2	諸塚村	53.5	74.3
北川町	23.3	31.2	椎葉村	32.0	46.0
北浦町	40.9	63.6	(小計)	80.6	112.7
(小計)	92.8	119.9	高千穂町	99.8	151.6
門川町	54.1	80.0	日之影町	61.3	95.0
日向市	110.1	148.3	五ヶ瀬町	63.2	97.1
東郷町	21.7	33.1	(小計)	83.3	127.4

総合して言えることは、延岡市の購買力は、市内が約200～250億円、周辺4町を含めると240～300億円、日向市およびその周辺が100～150億円、高千穂町周辺が45～60億円、県北全体としては400～500億円の購買力があり、これらを延岡市、日向市、高千穂町の3市町が核となって吸収しているということである。

次に延岡市の商店街について見てみよう。わが国のほとんどの商店街は、その立地環境条件に適応して、自然発生的に形成された商店街であるが、延岡市の商店街もその例外ではない。国道または県道沿いに、人口の移動や交通条件の変化などが徐々に起ったのに対応して、商店街自体も長い年月をかけて自然に形成されてきたものである。

しかるに、今日の経済の高度成長は、従来の商店街の立地環境条件を急激に変動させつつあるのであり、商業活動は一般にその適応性を欠くこととなっているかに思われる。消費者欲求の多様化、購買行動の変化、居住地域の変動、都市構造自体の改革、商品の多様化、生産企業の販売体制の変化、労働力供給状況の悪化などの外的条件のめまぐるしい変動に加えて、商業活動内部の諸条件、すなわち、新しいタイプの商業の発生や販売技術の高度化など競争構造自体の変化が生まれているのである。延岡市における商業活動にも、こうした条件変化による影響が顕著に見られ、殊に大型店

舗の進出によって、商業活動全体の變動に加速度が加えられた状況にあると見ることができる。

II 延岡市商業活動の問題点

延岡市商業活動は、一般的な環境諸条件の變動に対する適否問題に加えて、地理的条件の制約を受け、理想的な改革を甚だ困難にしている。また、既に大型店舗の進出が果されており、商業構造の變動が進行過程にあるため、その計画的改革自体が制約されていると見なければならない。こうした点を前提に、比較的重要な問題点を整理すると以下のとおりである。

1 性格未分化の商店街が、線状に長く続いている点

延岡市の商店街は、国道10号線に沿って自然発生的に形成され、しかも地形上の制約もあって、川に分断されながら、非常に長い(約4 km)直線型商店街を形成している。この長い商店街の機能を高めるには、それぞれの街区特性を強調するようなマーチャンダイジング活動が必要であり、また消費行動様態に適合した商業核の形成が必要である。既に北部川北地区で、百貨店に隣接して大型スーパー・ストアが進出し、自然に消費の吸収が高まり、当市中心商業街区を形成しようとしている。しかし、都市構造的には、この両ビッグ・ストア中心の中心商業街区形成はアンバランスなものであることは否定できず、なんらかの手直しが望

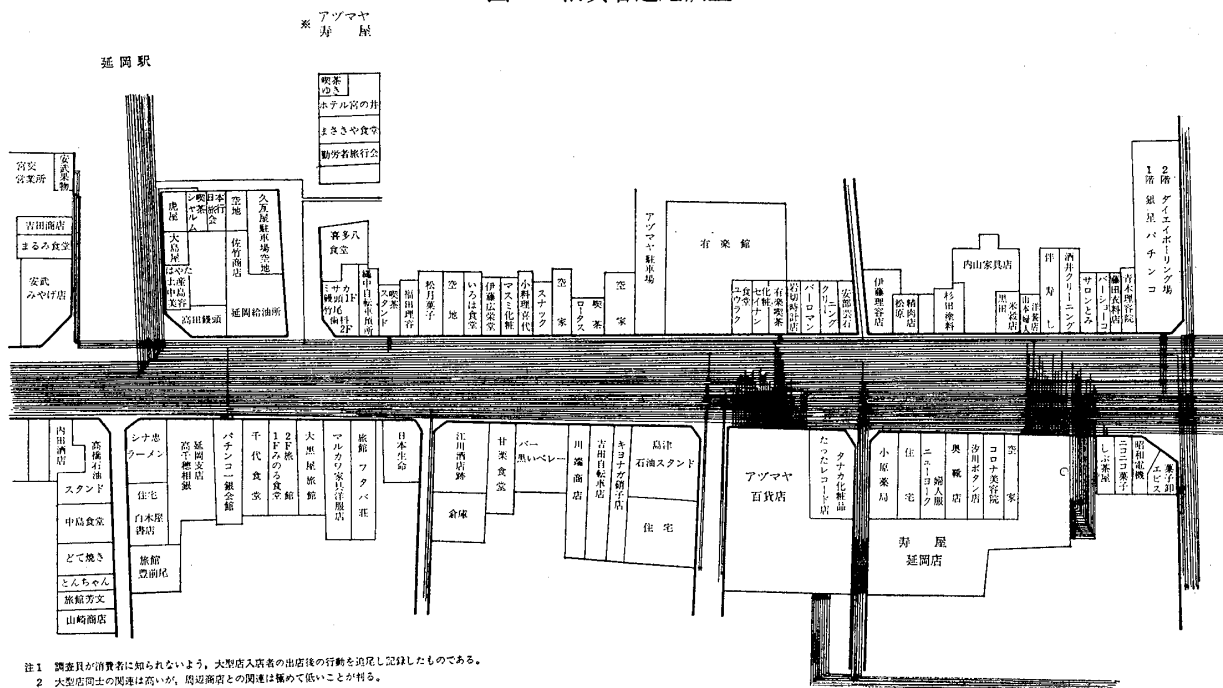
まれるところである。

2 商店街機能の高度化と密度向上を必要とする点
各商店街の商店性格、その形態を見ると、中心商店街と目される地区にあっても近隣型商店が混在し、一方、近隣商店街区と目される地区にあっても逆に中心型商店(専門店)が混入しているのが実状である。各商店街の機能を高度に発揮するためにも、これらの整理入れ替えが行なわれることが望まれるところである。また、商店街区の中に、非商店が随所に混在し、商店街としてのまとまりを欠くこととなっている。一般住宅の整理は当然望まれるところであるが、非商店としての一般事務所や金融機関等についても、商店街との関連性を考慮しながら、その再配置が検討されなければならぬ。図1で示されているように、大型店と周辺商店街との関連性の欠除が発生している原因の一つは、各商店街の性格のあいまいさと、密度の稀薄性に求められるだろう。

3 新産都市としての広域商業活動構想の不明確性

延岡市を中心として、日向・延岡地区が新産都市指定を受けているが、これは単に、工業面のみの充実を目指すものでないことは論を待たない。指定地域内の都市機能が、各分野で有機的に結合され、構成されなければならないわけである。現在、日向地区に集中的に進められている諸開発は、当然のことながら延岡地区と無関係ではなく、延岡地区自体も対応した変革が

図1 消費者追尾調査



注1 調査員が消費者に知られないよう、大型店入店者の出店後の行動を追尾し記録したものである。
注2 大型店同士の関連性は高いが、周辺商店との関連性は極めて低いことが判る。

望まれるところである。商業活動に限って考察するなら、日向市商業ならびに中間に位置する門川町商業との関連で延岡市商業活動が位置づけられなければならないと言えよう。

さらに具体的にふれるなら、延岡市商業は、これら各地区の商業の最高次に位置づけられ得る商業であるはずである。つまり、日向市、門川町、さらには日の影町、高千穂町など周辺市町村を含めた第3次商圏を持ち得る立場に立地していると見ることができる。しかしながら、当市商業活動の諸現状（中心商業街区の形成、高密度化、諸機能の分化、マーチャングダイジング状況など）は、充分にその機能を発揮しているとは言いがたい、またその体制も整備されているとは言えないように思われる。

4 土地利用の高度化の検討

今日の消費者行動圏の拡大は、自家用車の普及に負うところが大きいことは言うまでもない。殊に若者の消費・レジャー行動は、年々一層自家用車と結合したものとなっており、自家用車利用者の吸引は、第3次産業にとってその発展の要となっていると言っても過言ではない。

ところで、延岡市のごとき伝統的な商業地域にあっては、その土地利用は、平面的に高密度であり、車誘致の余地が少ないのが一般である。道路巾は歩道を圧迫し、駐車場設置の余地もない。また、新しいレジャー施設の建設も商業との連携を計るのが困難である。

こうした状況を打開する唯一の方策は、中心商業街区の土地利用の高度化であり、その結果生まれるスペースを確保し、公営駐車場や道路巾の拡幅、関連レジャー施設の建設をはかることであろう。

5 各地区商店街間の協調性の確立

既に当市では、19の商店街組合による連合会が結成されているが、いっそうその質的发展が望まれ、当市全体の立場から、協調性が発揮されるよう体制が整備されることが望まれている。前項までのいずれの課題も、地域エゴ、自己利益の主張に終始すれば、結局は解決され得ない性格のものである。

むろん、同業者間の自由競争の結果を待っても、経済競争の原理に従って、将来は安定化の方向をたどるだろうことは当然であるとしても、その間隙を縫って、外部からの参入者が現われたり、無駄な競合に疲労困憊するといった結果をもたらすものであると考えなければならない。

今日の商業問題は、効率的に、システムティックに

解決されることが望まれている。都市機能の諸々の要因との関連を考慮し、有機的に商業活動を位置づけるには、巨大な指導力（デベロッパーや大規模企業）を持つ企業が存在するか、構成メンバーが高度の協調体制を形成し得るかどうかのいずれかにかかっていると云っても過言ではない。むろん、行政レベルの指導、誘導活動が、いずれの場合にも欠くことのできない重要事であることは論を待たない。

6 商店街環境の整備と改善

伝統を持った商業地区は、一般にそれだけに店舗の老朽化が著しく、また商店街諸施設も不備のまま経過しているところが多いように見受けられる。延岡市の場合も例外ではなく、中心商店街と目される川北地区において、一部店舗の新改築が見られるが、全般的にはすすけた古びた街としての印象が強烈である。衰微の一途をたどることが予想される街であればともかく、県北地域の中心地として位置づけられる当市商業では、当然その改善が望まれるところである。

先に述べた大型店の吸引力の強さ、大型店と周辺商業との関連の薄さも、またこうした点に原因があると言わなければならないだろう。解決に当たって、個別店舗が、個々ばらばらにその能力に応じて改善したり、環境整備と称して単にベンチを置いたり、アーケードを設置したりする、部分的改造によって対処しようとするなら、それは姑息な手段であると評さざるを得ないだろう。視点を変えれば、街全体の改善が望まれるのであるから、抜本的改革意識に立脚して、新しい街づくりを実施する千載一遇のチャンスであるとも言えよう。

7 マーケティング活動の不充分性

消費者による商業活動に対する不満は、一層大きくなっている。サービス活動の不備、店員教育の不足、情報活動の不適性、商品構成の不充分さ、購買吸引の姑息な手段など今日の商業活動の基本的命題が問われているとも言える。

マーケティング活動の基本は、消費者欲求を的確に把握し、経営活動に生かすことである。ところが、商店選定理由を見ても、経営者判断と消費者評価が、相当程度に食い違っていることが判る(表7参照)。この一事を見ても、消費者欲求の把握の仕方の不充分性がうかがえるのである。

また、今日の商業は、坐して待つ商業時代ではないと言わなければならない。消費者に積極的に働きかけ、あるいは自ら消費者の最も便宜な地区に出て行くこと

表7 商店選択理由

＜経営者＞	＜来街者＞
1位 信用があるから	1位 近いから
2位 顔見知りだから	2位 商品が豊富だから
3位 近いから	3位 値段が安いから
4位 良い品があるから	4位 その他
5位 サービスが良いから	5位 信用があるから

（購買力のある地区への出店など）が重要なのである。

大型店の消費者への働きかけは、ダイナミックであり積極的かつ強力である。それだけに消費者の関心は、もっぱら大型店の動きに集中しており、当市一般商業への魅力感には欠けると評する者が多数となっている。いわゆるマーケティング的発想を学びとり、具体的な経営活動に生かして行くことが、基本的課題の一つであらう。

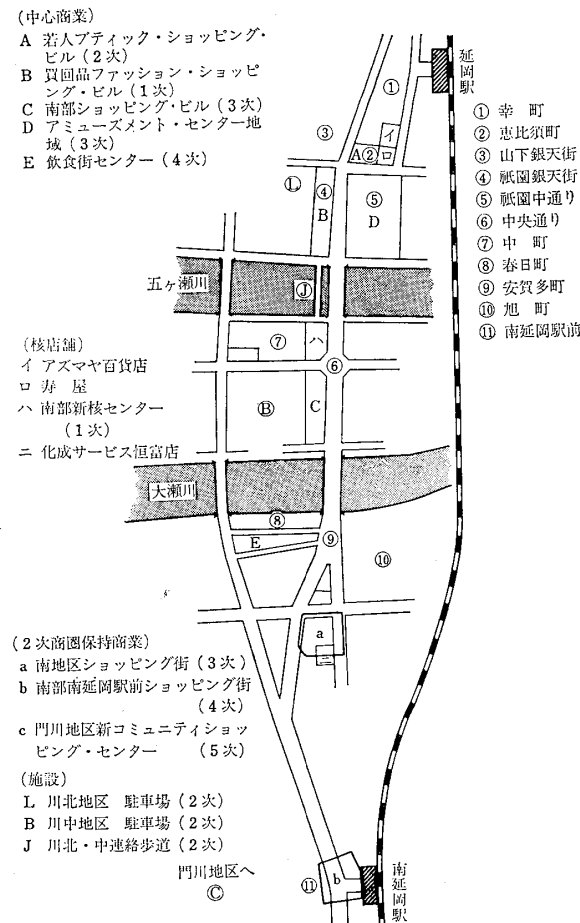
8 より具体的な諸問題

前項までの問題指摘は、やや一般性をも考慮した課

題提示であったとも言えるが、以下には、延岡市の特殊性に特に配慮し、当市の問題をまとめてみた。

- 大瀬川、五ヶ瀬川によって街が三分されていること。いかにして街の統合性をはかるかが課題である。
- 東部海岸側は、旭化成各工場が立地し、市民の大部の人々の通勤道線が、川北、川南の工場群と結びついていること。
- 既に、川北地区に大型店2店が立地し、大きな影響力を発揮しつつあること。
- 旭化成従業員の占有比率の高い当市にあって、同社資本による旭化成サービス店が、市内各所に分散立地し、同社意識に結びついた購買を惹起しながら、相当程度の影響力を行使しつつあること。
- 新興住宅地の開発は、主として川南地区で進行しており、人口重心の南下傾向が見られること。
- 新産都市圏は、当市南部に広がっていること。

図2 延岡市商業再開発計画案



g 高千穂バイパスの通線により、また国鉄日の影線の高千穂通線により、高千穂地区消費者の吸引がより一層重要になってきつつあること。

h 伝統的商業地区であるため、土地への執着度が相対的に高いことが予想されること。

以上が延岡市商業活動の問題点の概況であるが、こうした問題に配慮しながら、商店街単位の位置づけをしたのが第2図である。これは、あくまで一つの案であるが、既存商店街構成者から見ると、相当抵抗を感じるものであるに違いない。

Ⅲ 地方中小規模都市の商業活動上の問題点

東京、大阪およびその周辺部、並びに地方中核都市では、商業活動の問題点は、若干その様相を異なったものとしていると思われるが、わが国市制都市の多数を占める地方中小規模都市の商業活動上の問題点は、ほぼ前述した延岡市商業の問題点と一致するものと見てよい。

延岡市の問題点は、当市の広域商業診断に当たってとりまとめたものであるが、同県他都市、他県同規模都市の広域商業診断結果を見ても、ほぼ同じような問題点指摘が行なわれている。

顕著に目につく問題点をあげてみると、商業活動の変革の導火線の役割を大型店、いわゆるビッグ・ストアの進出が果している点を第一にあげなければならないだろう。診断希望が出された多くの動機は、大型店の市場参入、または上位都市の大型店活動の活発化という事態が存在するようである。

ところで、導火線としての大型店の出現を見て商業改革問題が始めて表面化するという事態を考えると、次の2つの問題が存在すると言わなければならないだろう。

その第一は、商業者の保守性である。自ら積極的に商業活動を合理的・近代的に展開して行こうという意欲に欠ける場合が多いということである。しかし、この点は過去に言い古された課題でもあるので、第二の問題点を考えてみよう。それは、行政機関による指導の立ち遅れおよび効果的指導体制（人材・組織・技術・予算など）の欠如という問題である。各都市マスター・プラン作成は活発ではあるが、マスター・プランにとって基本課題ともいえる商業分野での改革計画は、一般にはなほだ抽象的レベルに止っている場合が多い。こうした行政上の問題については、次回で述べたい。